



Indagini di Customer Satisfaction

Roma nella camera oscura

Fotografie della città dall'Ottocento a oggi

Museo di Roma

*Elaborazione Ufficio Customer Care e Qualità
Data 02/07/2019*

Indice

Il documento si articola nei seguenti capitoli:

- Premessa e nota metodologica
- Sintesi dei risultati
- Tabella riassuntiva
- Medie di soddisfazione – grafico di Pareto
- Analisi del trend 2018-2019
- Come è venuto a conoscenza della mostra
- Negli ultimi cinque anni è già venuto al Museo di Roma
- Ha utilizzato una card per entrare nel museo
- Giudizio rispetto alle aspettative
- Consiglierebbe questa mostra ad un amico
- Con chi ha visitato la mostra
- Analisi socio-demografica
- Analisi bivariate (Correlazione e Mappa delle priorità)
- Analisi multivariate (Cluster Analysis)
- Suggerimenti
- Allegato 1 - Questionario

Premessa e nota metodologica

La presente indagine illustra i risultati ottenuti dall'elaborazione di 303 questionari somministrati a campione attraverso interviste dirette *face-to-face* dal 28 maggio al 6 giugno 2019 presso il *Museo di Roma* (gli intervistati rappresentano il 10% degli ingressi totali alla mostra temporanea nei giorni in cui è stata svolta l'indagine).

Questa numerosità appare adeguata e rappresentativa dell'universo di riferimento, giacché assicura, con una media di soddisfazione del 95%, un margine di errore di stima di $\pm 2,46\%$.

Per verificare la significatività delle variabili e dei possibili incroci restituiti nella presente indagine, in fase di analisi dei dati sono stati effettuati precedentemente dei test statistici (*Chi quadro, Anova e T test*).

Per estrapolare i valori è stata utilizzata la seguente scala di giudizio/valore:

- Molto soddisfatto = 3
- Abbastanza soddisfatto = 2
- Poco soddisfatto = 1
- Per niente soddisfatto = 0

Nel 2019, da Contratto di affidamento, la media minima standard rimane invariata a 2,20.

Sintesi dei risultati

Il livello di soddisfazione generale dei visitatori intervistati è molto buono, con una media di **2,81** e una percentuale di molto/abbastanza soddisfatti pari a **97%**.

Gli aspetti della mostra maggiormente graditi sono la **pulizia del luogo** (2,97), l'**allestimento** (2,72), il **contenuto** (2,70) e la **chiarezza del percorso di visita** (2,66).

Tutte le medie degli aspetti oggetto d'indagine sono ben al di sopra dello standard minimo di 2,20. Il **contenuto** è la variabile ritenuta in assoluto più importante e soddisfacente nella mappa delle priorità, ma anche quella più correlata alla soddisfazione complessiva su tale mostra (pp. 16-18).

Tra gli aspetti su cui vengono rilasciati più suggerimenti prevalgono i **supporti informativi** (55 suggerimenti) e il **percorso** (14 suggerimenti).

Il profilo dei visitatori intervistati è costituito per il 51% da **stranieri, pensionati** (30%), **impiegati e liberi professionisti** (22% per entrambi), in possesso di un **titolo di laurea o specializzazione post laurea** (80%), soprattutto adulti di età adulta compresa tra i **45 e 74 anni** (60%), mentre i giovani di età **19-34 anni** raggiungono il 25% sul totale.

Tra i mezzi di comunicazione prevale la percentuale di coloro che vengono a conoscenza della mostra attraverso "**internet**" (35%), poi seguono "**passando per caso**" (20%) e "**passaparola**" (11%).

Risulta significativo che **internet** sia il mezzo predominante per i turisti italiani, il cui giudizio è superiore o uguale alle aspettative e in generale si ritengono molto soddisfatti della mostra. Ma si evidenzia che il portale MIC prevale per chi appartiene alla fascia dei 40-54 anni e ha già visitato il *Museo di Roma*, mentre ad avere utilizzato altri siti internet sono i più giovani (19-34 anni), che vengono per la prima volta in questo museo.

Tabella riassuntiva

Mostra Roma nella camera oscura 2019	Media	Mediana*	Risposte valide	Risposte mancanti	Deviazione standard**	Servizio non utilizzato	Molto soddisfatti	Per niente soddisfatti	Molto+ Abbastanza soddisfatti
Pubblicità (immagine mostra)	2,41	2,00	202	101	0,610	33%	47%	0%	95%
Contenuto	2,70	3,00	303	0	0,563	0%	75%	0%	95%
Pannelli e didascalie	2,64	3,00	295	8	0,560	3%	67%	0%	97%
Allestimento	2,72	3,00	297	6	0,532	2%	76%	0%	97%
Supporti digitali	2,48	3,00	198	105	0,703	35%	59%	2%	91%
Chiarezza percorso di visita	2,66	3,00	299	4	0,615	1%	74%	0%	92%
Pulizia del luogo	2,96	3,00	301	2	0,219	1%	96%	0%	100%
Giudizio generale mostra	2,81	3,00	301	2	0,455	1%	84%	0%	97%

* La mediana è il termine che occupa il posto centrale in un insieme di dati disposti in ordine crescente.

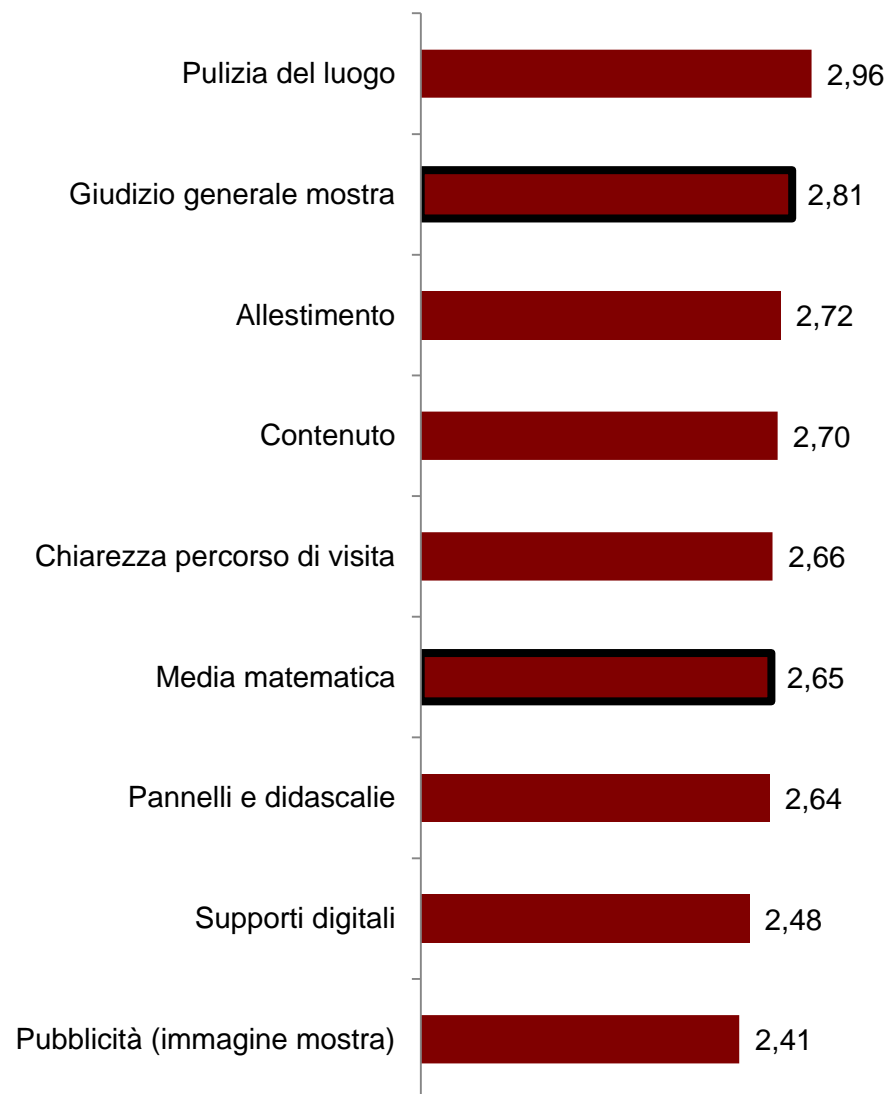
**La deviazione standard è un indice statistico che misura la precisione e l'attendibilità dei risultati, calcolando la dispersione dei valori medi dei singoli aspetti indagati rispetto alla loro media aritmetica (2,65).

Medie di soddisfazione – grafico di Pareto

Nel grafico laterale sono disposte le medie dei vari aspetti in ordine decrescente per un apprezzamento più diretto dei risultati.

Gli aspetti maggiormente graditi sono: la **pulizia del luogo**, l'**allestimento**, il **contenuto** e la **chiarezza del percorso di visita**.

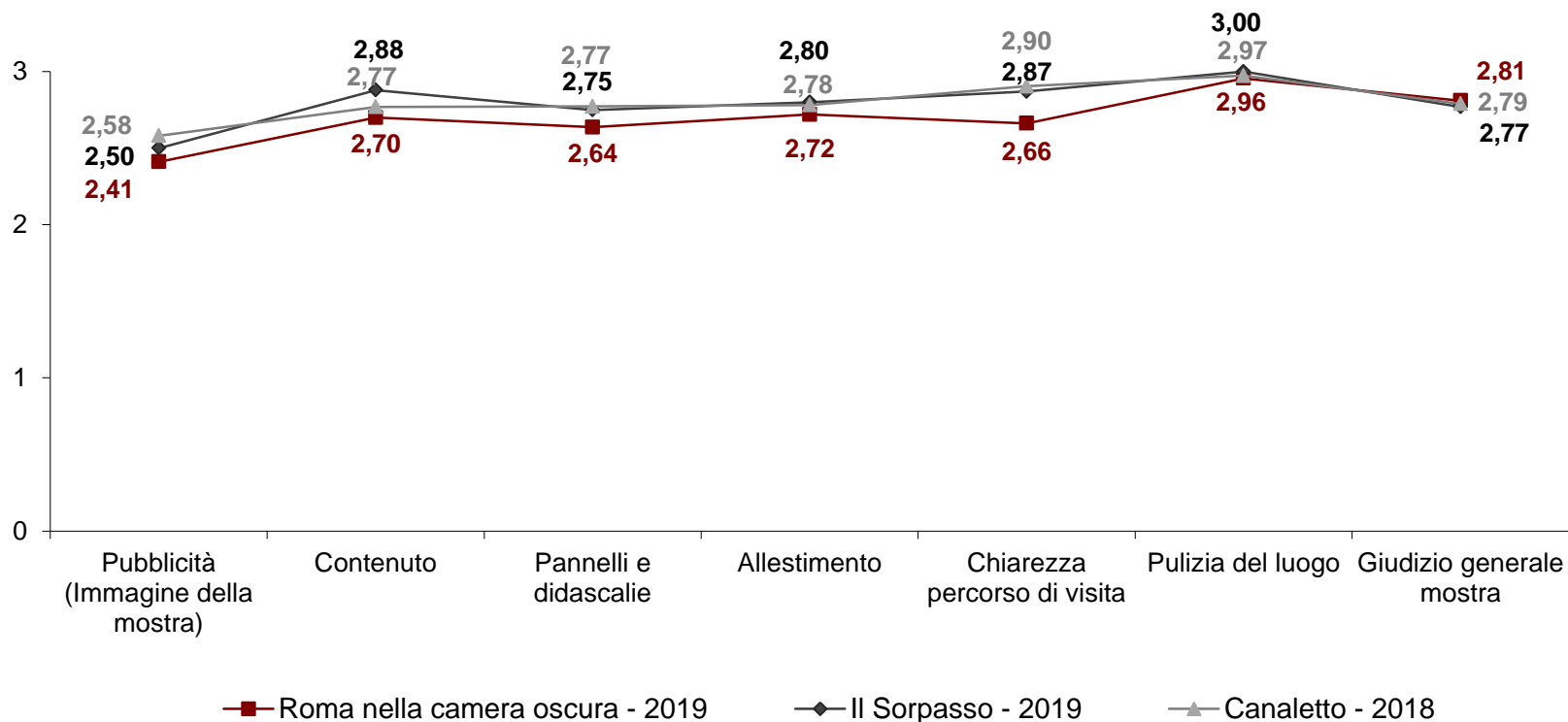
Tutte le medie sono nettamente superiori allo standard minimo di 2,20.



Analisi del trend 2018-2019

Come si denota dal grafico sottostante, il trend risulta piuttosto costante e lineare rispetto alle indagini precedenti effettuate sulle mostre “*Il Sorpasso*” (gennaio 2019) e “*Canaletto*” (giugno 2018).

Si registra un aumento del livello di soddisfazione sul giudizio generale della mostra, mentre si rileva una lieve flessione sulle restanti variabili oggetto di indagine, in particolare sulla chiarezza del percorso, anche se tutte le medie restano ben al di sopra dello standard di 2,20.

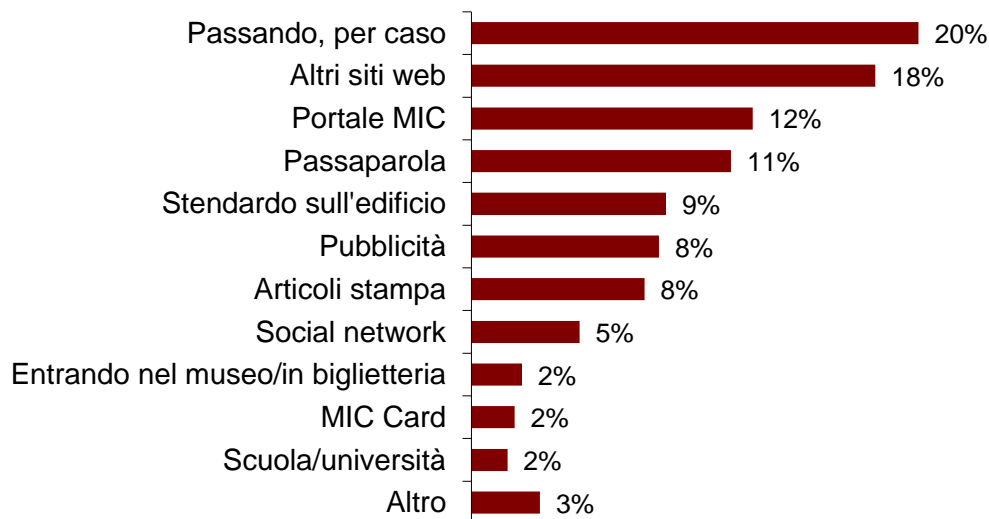


Come è venuto a conoscenza della mostra

Il 35% del campione intervistato afferma di essere venuto a sapere della mostra attraverso **“internet”** (in aumento dal 30% della mostra *“Il Sorpasso”* e dal 26% della mostra *“Canaletto”*); il 20% risponde **“passando, per caso”** (con un incremento dal 17% per *“Il Sorpasso”* e dal 14% per *“Canaletto”*), mentre l’11% tramite il **“passaparola”** (le percentuali emerse nelle scorse indagini erano rispettivamente 19% e 10%).

Risulta significativo che **internet** sia il mezzo predominante per i turisti italiani, il cui giudizio è superiore o uguale alle aspettative e in generale si ritengono molto soddisfatti della mostra. Ma si evidenzia che il portale MIC prevale per chi appartiene alla fascia dei 40-54 anni e ha già visitato il *Museo di Roma*, mentre ad avere utilizzato altri siti internet sono i più giovani (19-34 anni), che vengono per la prima volta in questo museo.

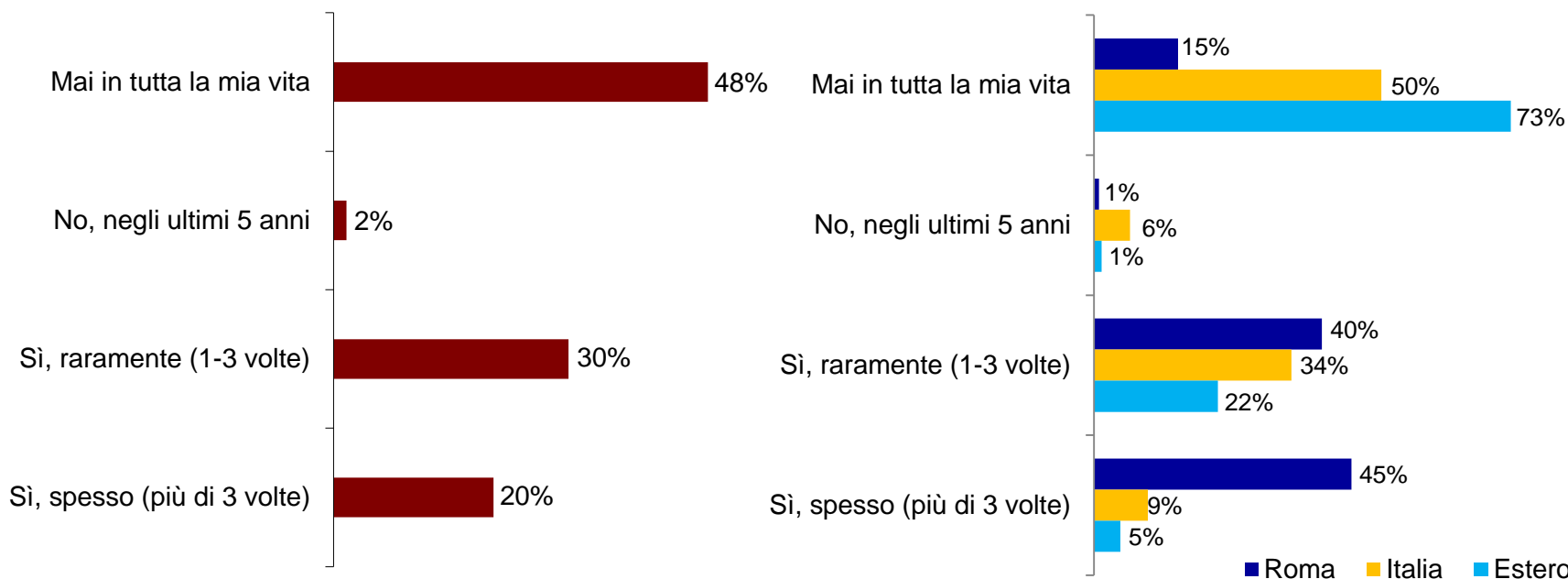
Invece **passando per caso** e **passaparola** prevalgono tra gli adulti oltre i 55 anni, privi di aspettative e con un giudizio complessivo abbastanza soddisfacente. Ma nel primo caso (*passando per caso*) si tratta di stranieri, nuovi visitatori, mentre il *passaparola* emerge tra i romani, alcuni dei quali già stati al *Museo di Roma*.



Negli ultimi cinque anni è già stato al Museo di Roma

Il 50% degli intervistati dichiara di essere già stato al *Museo di Roma* (di cui il 30% “da una a tre volte” e il 20% “più di tre volte”), il 48% non lo ha mai visitato prima e solo il 2% vi si è recato per la prima volta negli ultimi cinque anni.

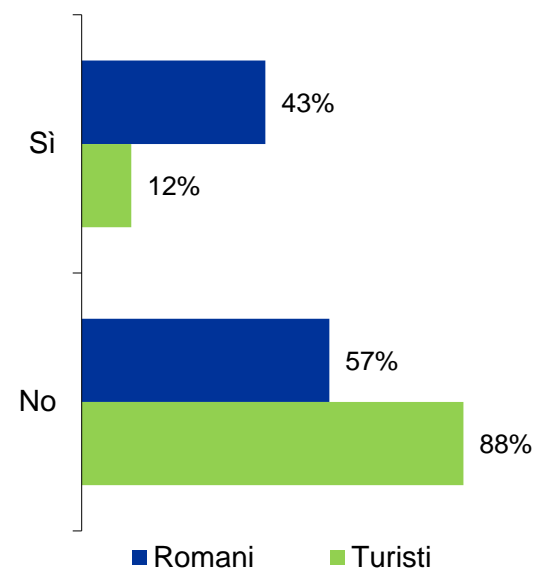
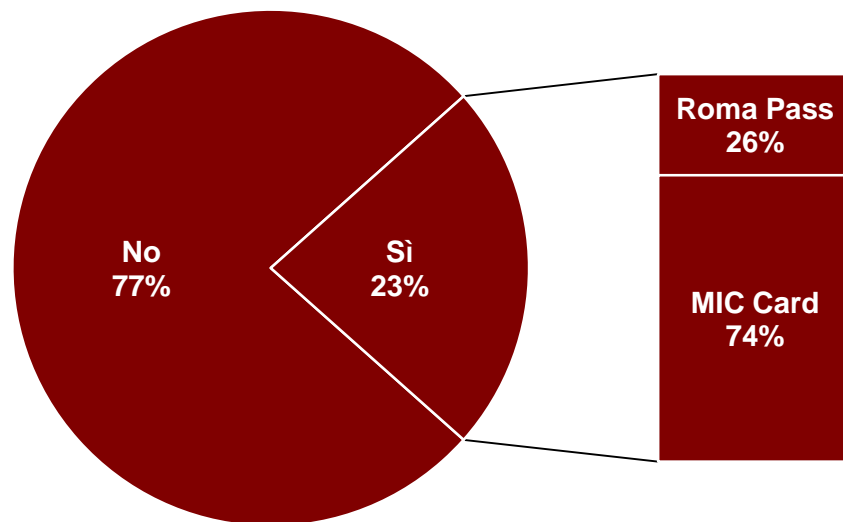
Risulta significativo che la maggior parte di coloro che non sono mai stati al museo siano soprattutto i turisti stranieri (73%; *cfr.* grafico sottostante a destra), di età giovane 19-39 anni, con un titolo di specializzazione post laurea, alcuni hanno utilizzato la card *Roma Pass* per entrare in questo museo, il cui giudizio è superiore alle aspettative o ne sono privi, in generale molto soddisfatti della mostra. Invece ad avere già visto tale museo sono principalmente i visitatori italiani (inclusi i romani), di età adulta oltre i 45 anni, diplomati o laureati, alcuni hanno utilizzato la *MIC Card* per accedere, il loro giudizio sulla mostra è uguale alle proprie attese e nel complesso si dichiarano abbastanza soddisfatti.



Ha utilizzato una card per entrare nel museo

Il 23% degli intervistati afferma di avere utilizzato una card per accedere al *Museo di Roma* (di cui il 74% si riferisce alla *MIC Card* e il 26% alla *Roma Pass*), mentre il 77% sul campione totale non ne ha usufruito.

Risulta significativo che a prediligere l'utilizzo di una card siano prevalentemente i romani (*MIC Card*), di età giovane 19-25 anni o adulta oltre i 55 anni, diplomati o laureati, alcuni dei quali sono già stati al *Museo di Roma*. Invece a non avere usufruito di card sono prevalentemente i turisti (sia italiani che stranieri), appartenenti alle fasce d'età compresa tra i 26 e 54 anni, con un titolo di specializzazione post laurea e vengono per la prima volta in questo museo (cfr. grafico sottostante a destra).



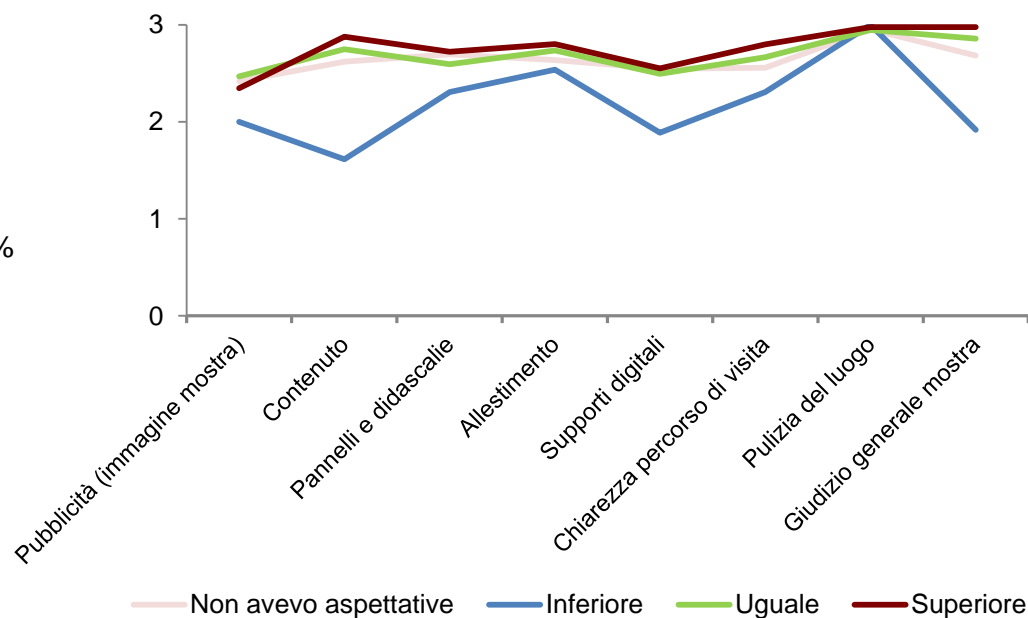
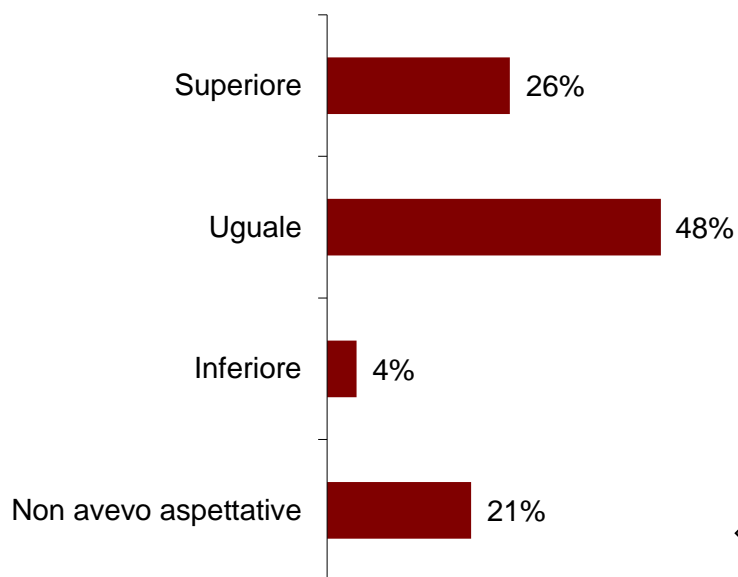
Giudizio rispetto alle aspettative

Il 21% dei visitatori intervistati dichiara di non avere aspettative prima di visitare questa mostra.

Il 48% sul campione totale afferma di avere un giudizio uguale alle proprie attese, per il 26% è superiore e solo per il 4% è inferiore.

Risulta significativo che a non avere aspettative sulla mostra siano soprattutto coloro che appartengono alle fasce d'età 19-25 anni, 35-39 anni e oltre i 65 anni, alcuni hanno utilizzato la *Roma Pass* per entrare nel museo ed in generale si ritengono abbastanza soddisfatti. Invece ad avere un giudizio superiore o uguale alle proprie aspettative sono in particolare i giovani di 19-34 anni o adulti di 45-74 anni, alcuni di essi sono entrati al *Museo di Roma* con la *MIC Card* e nel complesso sono molto soddisfatti della mostra visitata.

Chi ha un giudizio superiore alle aspettative è tendenzialmente più soddisfatto sulla maggior parte degli aspetti oggetto d'indagine (cfr. grafico sottostante a destra).



Consiglierebbe questa mostra ad un amico

La differenza tra la percentuale dei **promotori** - cioè di coloro che si ritengono molto soddisfatti che hanno dato la valutazione 9-10 - e i **detrattori** - utenti meno soddisfatti con valutazione da 0 a 6, corrisponde a coloro che parleranno realmente bene della mostra che hanno visitato.

In questo caso la percentuale di visitatori che consiglierà tale mostra è pari al **36%**; si evidenzia che il 50% sul campione totale rilascia una valutazione pari a 7 e 8, pertanto molto buona, seppure esclusa dal calcolo dei “*promotori*”.

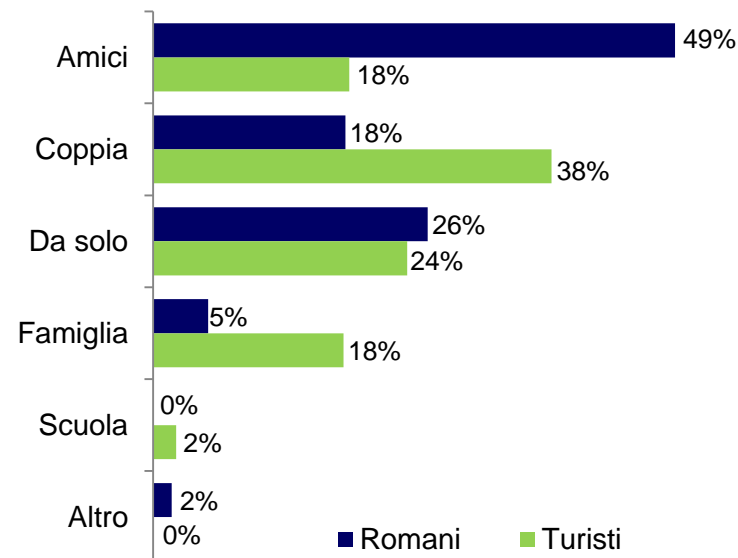
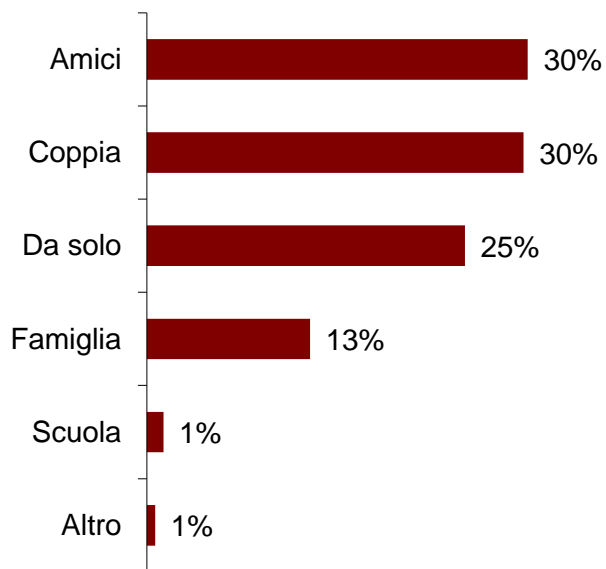


NET PROMOTER SCORE										
Mostra “Roma nella camera oscura” - Museo di Roma 2019										
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3	0	0	0	1	10	8	47	102	64	67
0,7%	0%	0%	0%	0,3%	3%	3%	16%	34%	21%	22%
DETRATTORI = 7%							PASSIVI = 50%		PROMOTORI = 43%	
43% - 7% = 36%										

Con chi ha visitato la mostra

Il 30% degli intervistati dichiara di essere venuto a visitare la mostra con “**amici**”, il 30% “**in coppia**”, il 25% “**da solo**”, il 13% con la propria “**famiglia**”, un 1% con la “**scuola**” e un 1% risponde “**altro**”.

Risulta significativo che a venire con amici siano in particolare i romani (*cfr.* grafico sottostante a destra), di età giovane 19-39 anni e adulta oltre i 65 anni, diplomati o laureati, alcuni già stati al *Museo di Roma*, privi di aspettative, hanno utilizzato la *MIC Card* per entrare al museo ed in generale si ritengono abbastanza soddisfatti. Invece vengono in coppia o da soli soprattutto i visitatori appartenenti alle fasce d’età 26-34 anni e 45-64 anni, con un titolo di specializzazione post laurea, di cui solo alcuni hanno utilizzato la *Roma Pass* per entrare al museo. Si evidenzia però che a venire in coppia siano soprattutto i turisti, nuovi visitatori, con un giudizio uguale alle attese e nel complesso molto soddisfatti. Invece vi si recano da soli principalmente i romani, alcuni già sono stati in questo museo, il cui giudizio è superiore alle aspettative, abbastanza soddisfatti della mostra.



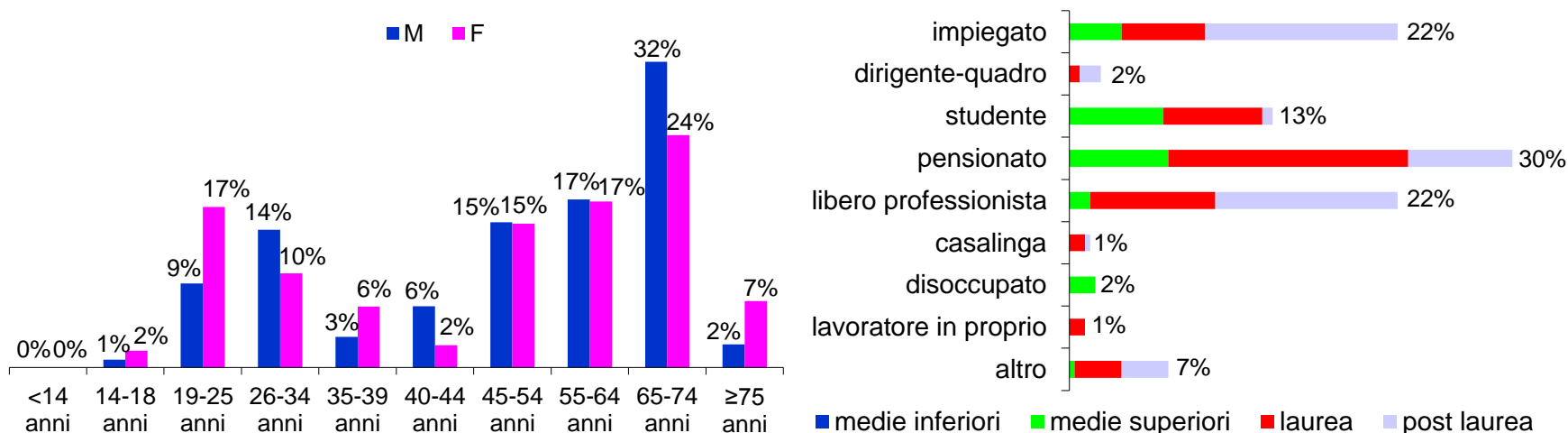
Analisi socio-demografica (genere, età, professione, istruzione)

In tale indagine prevale il genere femminile (58%; era 56% per la mostra “*Il Sorpasso*” e 63% per la mostra “*Canaletto*”), soprattutto nelle fasce d’età fino a 25 anni, 35-39 anni ed oltre i 75 anni.

Le fasce più rappresentate sono quelle di età adulta compresa tra i 45 e 74 anni (60%; in aumento dal 55% emerso per “*Il Sorpasso*” e in diminuzione dal 68% emerso per la mostra “*Canaletto*”). Rispetto alle mostre precedenti si registra un incremento dei giovani di età 19-34 anni (25%; in netto aumento rispetto al 17% di “*Il Sorpasso*” e dal 5% di “*Canaletto*”).

L’80% del campione totale dichiara di avere conseguito un titolo di laurea o specializzazione post laurea (nelle indagini scorse la percentuale raggiungeva rispettivamente 61% e 68%).

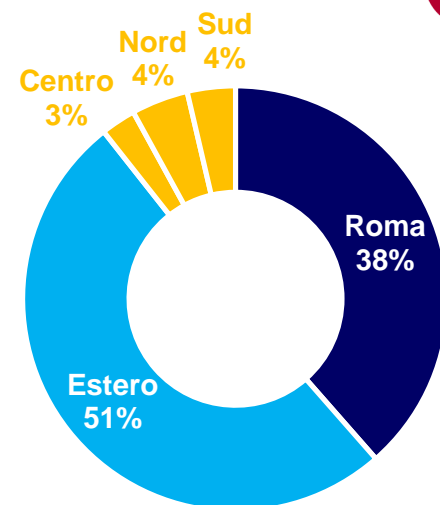
Rispetto alle categorie professionali prevalgono i pensionati (30%; in aumento dal 19% della mostra “*Il Sorpasso*” e in diminuzione dal 50% di “*Canaletto*”); poi seguono gli impiegati (22%; in discesa dal 28% emerso per “*Il Sorpasso*”, mentre sale dal 15% per “*Canaletto*”) e i liberi professionisti (22%; aumentano rispetto alle indagini precedenti, quando erano rispettivamente il 13% e il 15%).



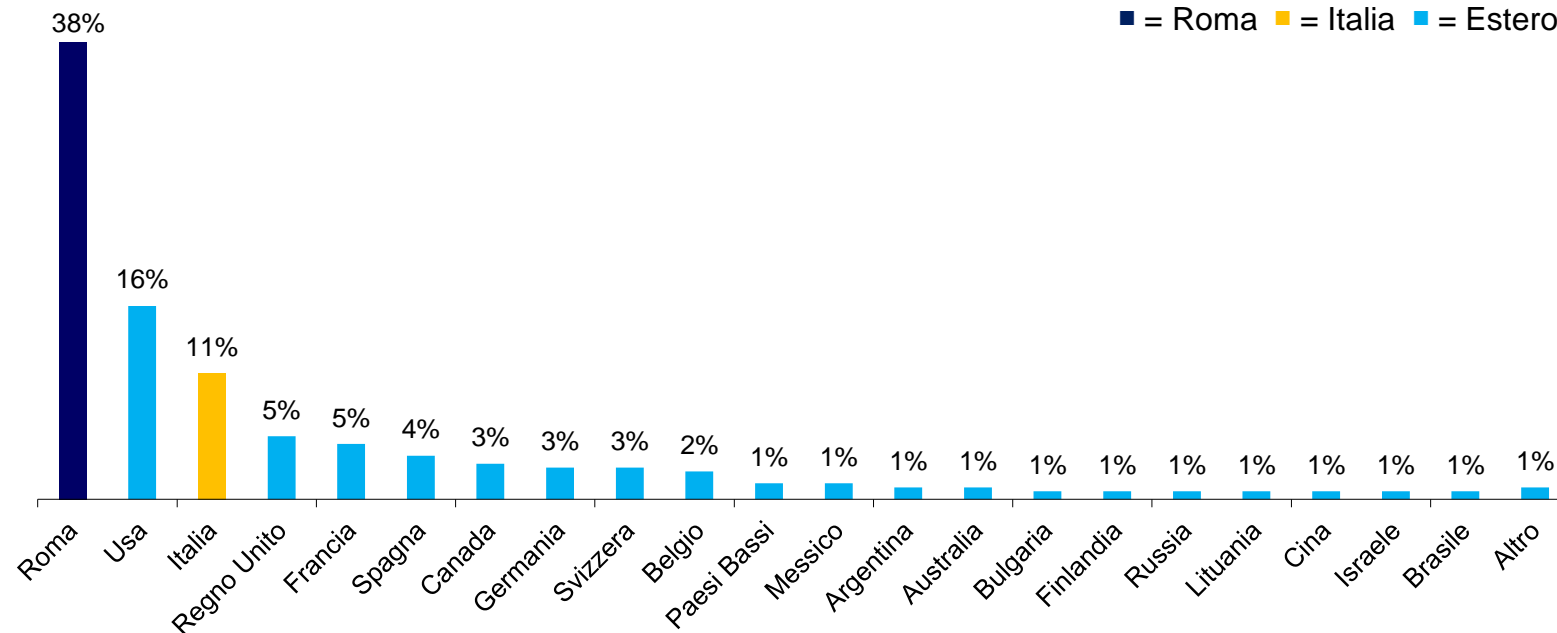
Analisi socio-demografica (provenienza)

Il 51% del campione intervistato è costituito da turisti stranieri (erano il 22% per “*Il Sorpasso*” e il 37% per “*Canaletto*”); il 38% è rappresentato dai cittadini romani (in calo dal 55% emerso nell’indagine precedente “*Il Sorpasso*” e dal 40% per “*Canaletto*”) e il restante 11% giunge da altre città italiane (nelle mostre precedenti la percentuale era pari a 23% per entrambe).

La nazionalità prevalente è quella statunitense (16%), ma si rimanda al grafico sottostante per ulteriori dettagli sulla provenienza estera.



■ = Roma ■ = Italia ■ = Estero



Correlazione 1/2

Tutti i coefficienti risultati più significativi sono evidenziati col doppio asterisco.

Correlazione bivariata Rho di Spearman*** Mostra Roma nella camera oscura - 2019	Pubblicità (immagine mostra)	Contenuto	Pannelli e didascalie	Allestimento	Supporti digitali	Chiarezza percorso di visita	Pulizia del luogo	Giudizio generale mostra
Pubblicità (immagine mostra)	1,000	,358 **	,188 **	,198 **	,348 **	0,116	0,035	,246 **
Contenuto	,358 **	1,000	,297 **	,328 **	,302 **	,232 **	-0,003	,585 **
Pannelli e didascalie	,188 **	,297 **	1,000	,391 **	,417 **	,202 **	,213 **	,229 **
Allestimento	,198 **	,328 **	,391 **	1,000	,450 **	0,055	0,053	,354 **
Supporti digitali	,348 **	,302 **	,417 **	,450 **	1,000	,338 **	0,021	,375 **
Chiarezza percorso di visita	0,116	,232 **	,202 **	0,055	,338 **	1,000	0,036	,230 **
Pulizia del luogo	0,035	-0,003	,213 **	0,053	0,021	0,036	1,000	0,001
Giudizio generale mostra	,246 **	,585 **	,229 **	,354 **	,375 **	,230 **	0,001	1,000

L'analisi della correlazione viene definita non direttamente nel questionario, ma in maniera indiretta mediante elaborazione statistica. Viene effettuata al fine di acquisire delle informazioni più analitiche sull'andamento delle distribuzioni di risposta e stabilisce l'incidenza dei singoli indicatori (il coefficiente è compreso tra un valore di "+1"= maggiore correlazione/incidenza positiva e "-1"= maggiore correlazione/incidenza negativa), ossia il peso di ciascuna variabile

Correlazione 2/2

Per una visione più immediata e diretta è stata estrapolata dalla tabella della pagina precedente, la colonna laterale di sintesi relativa agli aspetti indagati che sono maggiormente correlati alla soddisfazione della mostra (cioè quelli che presentano il doppio o singolo asterisco).

Tutte le variabili sono risultate significative rispetto al giudizio generale della mostra, ad eccezione della **pulizia del luogo**, che per tale motivo è stata esclusa dalla tabella laterale.

Per la mostra “*Roma nella camera oscura*” l’aspetto che risulta più correlato all’esperienza complessiva è il **contenuto**.

Nessuno degli aspetti indagati ha un’incidenza negativa sul giudizio generale.

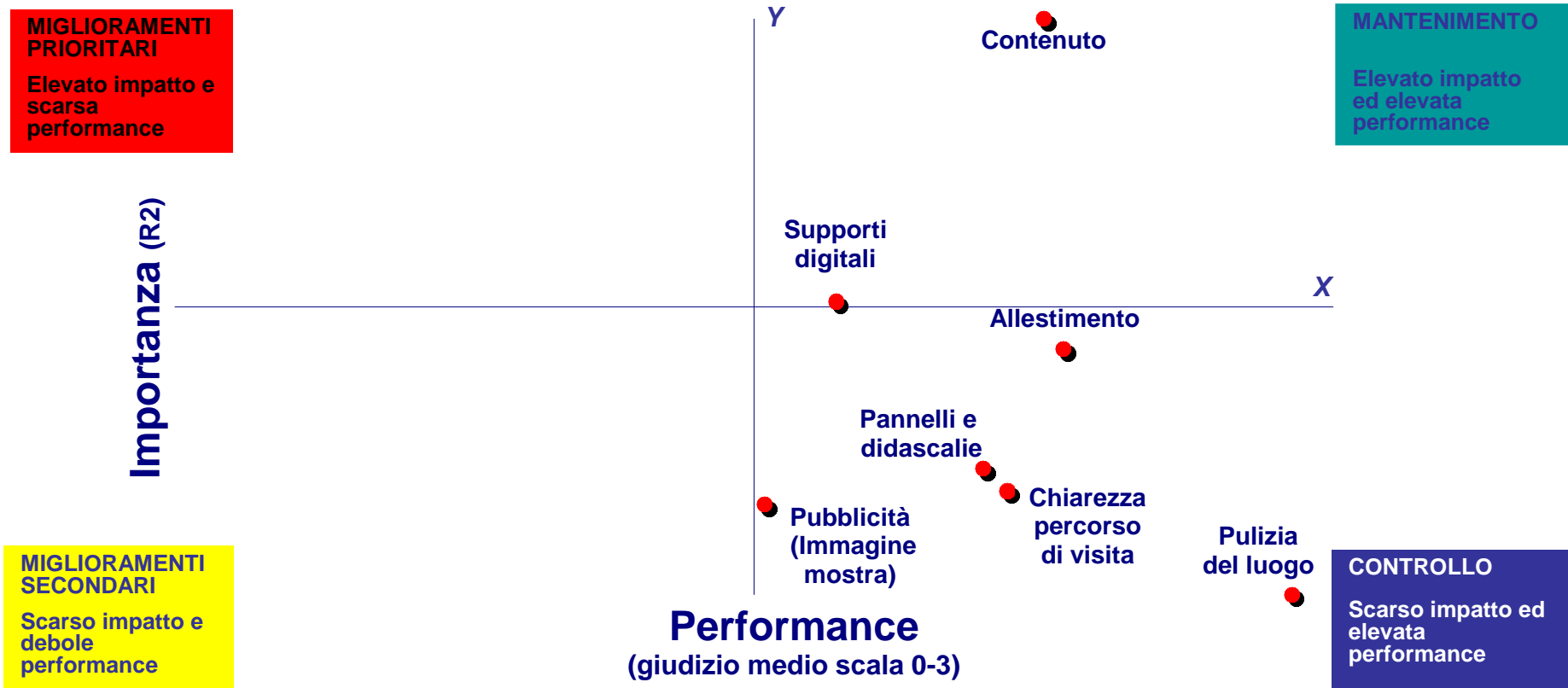
Coefficienti di correlazione <i>Rho di Spearman</i> sul giudizio generale della mostra “<i>Roma nella camera oscura</i>” 2019	
Contenuto	0,585
Supporti digitali	0,375
Allestimento	0,354
Pubblicità (immagine mostra)	0,246
Chiarezza percorso di visita	0,230
Pannelli e didascalie	0,229

Mappa delle priorità (Regressione lineare)

Il **contenuto** è l'aspetto ritenuto in assoluto più importante e soddisfacente (quadrante in alto a destra), mentre i **supporti digitali** si trovano in una posizione *borderline*.

Nessuna delle variabili oggetto d'indagine emerge tra i possibili miglioramenti prioritari (quadrante in alto a sinistra).

Al di sotto dell'asse delle ascisse si collocano invece le variabili che risultano di minore impatto sul giudizio generale della mostra, anche se sono ritenute ottime (quadrante in basso a destra).



* Questa analisi definisce, indirettamente attraverso la regressione lineare, l'importanza degli aspetti indagati.

Cluster Analysis

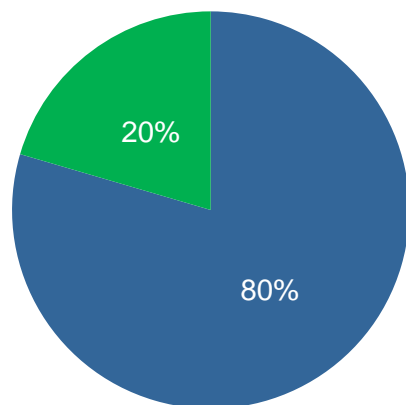
L'analisi dei cluster serve a definire gruppi di utenti con simili caratteristiche socio-demografiche e di soddisfazione sulle variabili quantitative oggetto d'indagine.

Sono risultati 2 cluster, la cui numerosità campionaria è molto buona per garantire una lettura dei dati all'interno di ciascun cluster (241 individui per il *Cluster 1* e 62 per il *Cluster 2*).

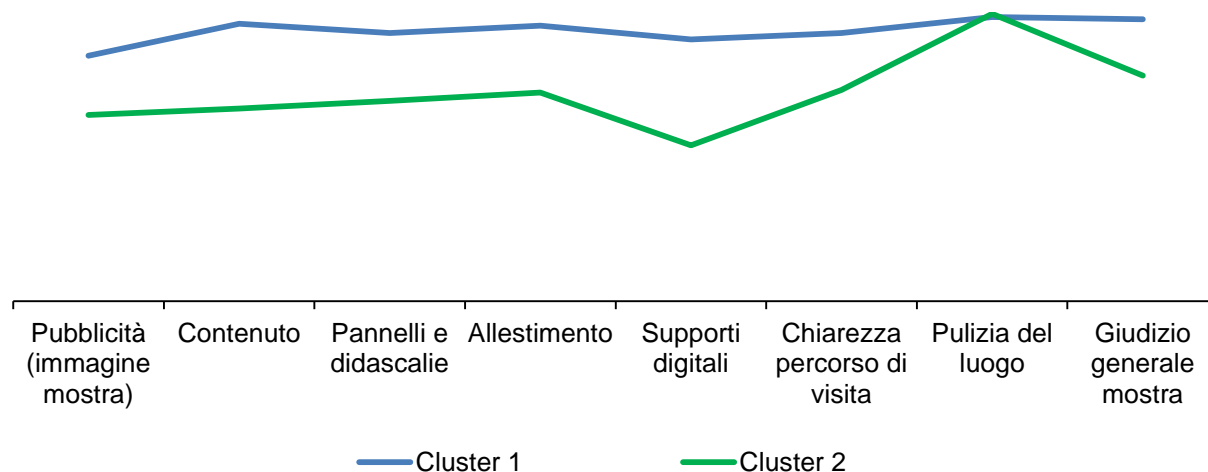
Nella descrizione dei cluster si deve tener conto che ci sono molte differenze sul profilo socio-demografico e che nella 1° tipologia i **Molto Soddisfatti** sono coloro che hanno un giudizio complessivo più elevato su tutti gli aspetti oggetto d'indagine.

Cluster 1 – Molto Soddisfatti: in prevalenza donne, turisti (soprattutto stranieri), di età oltre i 55 anni, laureati, impiegati e pensionati, nuovi visitatori, vengono a conoscenza della mostra attraverso internet, la maggior parte di essi non ha utilizzato alcuna card per entrare al museo, vengono con amici o in coppia, giudizio superiore alle aspettative o ne sono privi, in generale molto soddisfatti.

Cluster 2 – Abbastanza Soddisfatti: in prevalenza uomini, romani, di età 19-34 anni e 45-54 anni, con un titolo di diploma o specializzazione post laurea, liberi professionisti, alcuni hanno già visitato il *Museo di Roma*, vengono a conoscenza della mostra passando per caso o tramite passaparola, hanno utilizzato la MIC Card per entrare al museo, vengono da soli, giudizio uguale alle aspettative, in generale abbastanza soddisfatti.



■ Cluster 1 ■ Cluster 2



Suggerimenti

NIENTE da migliorare. **Totale 195**

ELOGI mostra bellissima, foto stupende. **Totale 5**

SUPPORTI INFORMATIVI più informazioni sulle fotografie (13), migliorare le didascalie: i caratteri sono poco leggibili, la loro numerazione è poco visibile e non sono ben illuminate (13), sono posizionate troppo lontano dalle opere e i riferimenti delle fotografie sono confusi, non ordinati (8), maggiori dettagli sulla tecnica fotografica (6), traduzione in altre lingue, anche in spagnolo e francese (4), altro (11). **Totale 55**

PERCORSO più chiaro, da migliorare (8), non si capisce bene l'inizio del percorso, si confonde con l'altra mostra (6). **Totale 14**

CONTENUTO mi aspettavo un paragone tra la Roma antica e moderna, mancano fotografie di alcuni periodi storici, migliorare la selezione delle fotografie da esporre. **Totale 11**

SUPPORTI DIGITALI i video si sovrappongono, manca una spiegazione sui video finali, più interattività, video non molto coerente con la mostra. **Totale 9**

ILLUMINAZIONE da migliorare, soprattutto in alcune sale. **Totale 6**

ACCOGLIENZA da migliorare, più materiale informativo sulla mostra in biglietteria. **Totale 4**

ALTRO. **Totale 11**

TOTALE 110 SUGGERIMENTI
MOSTRA ROMA NELLA CAMERA OSCURA

Allegato 1 - Questionario

Gentile Visitatore, Le chiediamo cortesemente di compilare il questionario per aiutarci a rendere migliore l'organizzazione e la qualità dei nostri servizi di questa mostra temporanea.

1. Negli ultimi 5 anni è già venuto al Museo di Roma?

- Mai in tutta la mia vita No, negli ultimi 5 anni Sì, raramente (1-3 volte) Sì, spesso (oltre 3 volte)

2. Ha utilizzato una card per entrare nel museo? Sì (Roma Pass MiC Card) No

3. Attraverso quale canale di comunicazione è venuto a conoscenza della mostra?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> stampa (quotidiani/riviste) | <input type="checkbox"/> pubblicità (indicare se stampa o affissione) |
| <input type="checkbox"/> www.museiincomune.it | <input type="checkbox"/> televisione/radio |
| <input type="checkbox"/> altri siti internet | <input type="checkbox"/> scuola/università |
| <input type="checkbox"/> standardo sull'edificio | <input type="checkbox"/> social network |
| <input type="checkbox"/> passando, per caso | <input type="checkbox"/> in biglietteria |
| <input type="checkbox"/> amici-parenti | <input type="checkbox"/> altro..... |

Indichi per questi aspetti il suo grado di soddisfazione seguendo la scala sottostante:

	Non utilizzato	Molto Soddisfatto	Abbastanza Soddisfatto	Poco Soddisfatto	Per niente Soddisfatto
4. Pubblicità (Immagine della mostra)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Contenuto della mostra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Pannelli e didascalie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Allestimento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Supporti digitali	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Chiarezza percorso di visita	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Pulizia del luogo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Giudizio generale della mostra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

12. **Rispetto alle aspettative, il suo giudizio sulla mostra è:** Superiore Uguale Inferiore Non avevo aspettative

13. **Su una scala da 0 a 10, con che probabilità suggerirebbe questa mostra ad un amico?**

MIN 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 MAX

14. **Con chi ha visitato la mostra?** Da solo Gruppo organizzato Coppia Amici Famiglia Scuola Altro

15. **Aspetti da migliorare** Nessuno

DATI NECESSARI PER FINI STATISTICI :

Età: <14 14 –18 19-25 26-34 35-39 40-44 45-54 55- 64 65-74 ≥75 **Genere:** Uomo Donna

Titolo di studio: scuola dell'obbligo studi superiori laurea post laurea

Professione:

Provenienza: Roma Altra Provincia italiana:..... Altra Nazionalità:.....